



18 AKTUELL
Das Genie der **Jaquet-Droz** in drei Museen

22 AKTUELL
Baselworld: ein Dach für den Messeplatz

26 AKTUELL
Edel und hart: Magic **Gold**

30 TECHNIK
Frequenz-hype

32 ZUKUNFT
Schweizer Fabrik in chinesischem **Wohnzimmer**

«Ein 3D-Druck erlaubt es heute, Prototypen aus verschiedenen Legierungen rasch zu produzieren. Und morgen, vollständige Stücke, Fertigerzeugnisse...»

36 MARKETING
Man muss nicht siegen, um zu **gewinnen**

38 DOSSIER
Ein Baguette für die **Linie**

44 CHRONOMETRIE
Qualitätslabels: Aufräumen mit dem Mythos

48 INSIDER
Frequenzbarriere durchbrochen



RZEICHNISINHALT

52 KÖNNEN

Ein designer erfindet die **Sanduhr** neu

56 UHRENLAND

Die Künstler auf **Tournee**

60 ANDERSWO

Die anderen **Breguets**

64 ZEITREGIE

Energie und **souplesse**

68 UHRENERBE

Von Janvier bis Journe: Stets in **Resonanz**

74 ZEITGENOSSEN

Hartmut Rosa und die Beschleunigung der Zeit



80 GESCHICHTE

Die Schweizer Uhrmacher und **China**

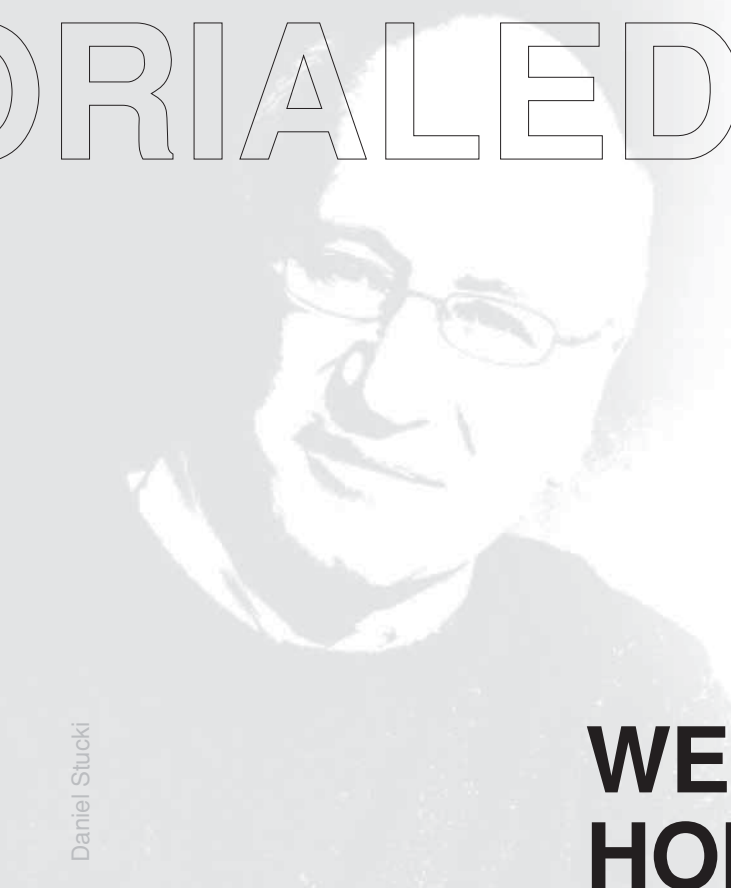
«Das Reich der Mitte ist zwar erst Mitte der 2000er Jahre zu einem neuen Eldorado für Uhren geworden, seine Uhrenbeziehung zur Schweiz ist jedoch sehr alt.»

86 MARKTPLATZ

Garantie und Service

98 ATELIER

Das geheimnisvolle **Objekt**



Daniel Stucki

WENN LOBREDEN HOHL KLINGEN

Manchmal genügt schon eine kleine Unachtsamkeit, und man gerät aus der Spur. Am Steuer kann das fatal sein. Ist das Abkommen vom Weg aber wie in unserem Fall rein bildlich gemeint, ist die Folge davon nur, dass man den regen Verkehr, aus dem man sich abrupt verabschiedet hat, anders wahrnimmt.

Die grossen Uhrensalons haben den unbestreitbaren Vorteil, dem fachkundigen Publikum auf beschränktem Raum ungehinderten Zugang zu einer breiten Palette von Kollektionen zu bieten. Unausweichlich und manchmal lästig ist an solchen internationalen Anlässen das vollgestopfte Begleitprogramm, das zu Verdauungsproblemen führen kann. Es reicht schon, wenn nur eine Speise, eine Zutat das Verfallsdatum überschritten hat...

An der zehnten Präsentation am Tag, bei der hundertsten Uhr, die um Aufmerksamkeit wirbt, hängt das Stammhirn ab, und man kann dem plötzlich hohl klingenden Redefluss nicht mehr folgen. Man glaubt schon zweimal, nein zehnmal dieselbe Tonspur gehört zu haben. Die gleichen Wörter, die gleichen Adjektive, dasselbe Pathos: Ikone, Referenz, historisches Ereignis... Mit einem Mal zerbröselt alles, denn was man schon kennt, erwartet und unweigerlich kommen sieht, hat seine Magie und Wirksamkeit längst eingebüsst. Statt zu überzeugen, entlockt es einem nur noch ein mildes Lächeln.

Aus den Politshows am Fernsehen kennt man seit einigen Jahren das Phänomen, dass den Akteuren bevor es auf Sendung und einander an den Kragen geht, die «Sprachbausteine» eingetrichtert werden, die sie in ihren Kommentaren und Wortgefechten in einer Endlosschleife wiederholen. Das Bekanntwerden dieser Praxis hat ziemlich an der Glaubwürdigkeit der Volkstribunen gezehrt, die dem Publikum plötzlich wie Marionetten vorkamen.

Und schon hat man den Faden verloren und achtet weniger auf die ausgefeilten Argumente der Kommunikationsberater, als dass man sich von der wohlinszenierten Show unterhalten lässt. Die Schauspieler sind nicht schlecht, aber gelegentlich reicht ihr Talent nicht aus, und was sie sagen, klingt hölzern und nach Copy Paste. Aber egal, man hört schon nicht mehr zu. Einmal mehr wird eine Revolution der Uhrmacherei ausgerufen, und sie lässt einen ebenso kalt wie die Uhren, die bereits vor ihrer Lancierung und längst vor ihrer Bewährung als Ikonen gepriesen werden. Man ertappt sich dabei, von einer Welt ohne Zeit zu träumen... Auf den banalen Einheitsbrei, der aus immer derselben Inspirationsquelle schöpft und die kreative Vielfalt der Uhrmacher und Uhrenhersteller einebnen, kann man jedenfalls getrost verzichten.

Jean-Philippe Arm

13

Côté livres



Francis Gradoux

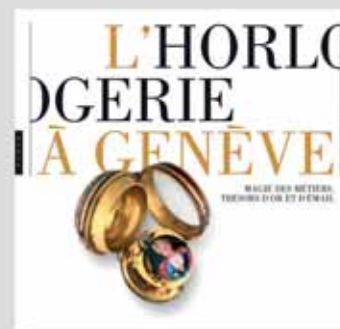
Derrière le minutieux travail des horlogers et les flonflons accompagnant la présentation des montres se cachent de moins en moins les techniques de marketing. Et un personnage apparaît : l'ambassadeur. Il ne s'agit plus ici de diplomatie, mais de commerce et de séduction. Mais quel est le rôle exact de l'« ambassadeur » d'une marque horlogère ? Réponses dans ce livre réunissant les communications et les tables rondes présentées lors de la 5^e journée de recherche en marketing horloger. On y découvrira les ficelles et les projets de tous ceux qui cherchent à vendre des montres ; c'est très technique, un brin ardu, et le néophyte s'étonnera parfois de voir « scientifier » des concepts relevant du bon sens. Mais cette incursion sur une face cachée de l'horlogerie permettra de découvrir un univers mal connu.

L'horlogerie et ses ambassadeurs. Sous la direction de Kalust Zorik et François H. Courvoisier. Publié par LEP. 291 pages. 48 CHF - 39 €



On appelait alors « montres perpétuelles » celles tirant leur énergie des mouvements de celui qui les portait. Peu à peu, cette amélioration de la montre mécanique est devenue une spécialité fondamentale, qui a fortement influencé l'horlogerie depuis le XVIII^e siècle. Des horlogers prestigieux comme Breguet, Perrelet ou Jaquet-Droz ont inventé, perfectionné et fabriqué des mouvements automatiques, comme le racontaient en 1952 Eugène Jaquet et Alfred Chapuis dans un livre devenu classique. Mais, depuis, les inventeurs ont créé de nouveaux systèmes et amélioré les anciens. Il était donc nécessaire de revenir sur le sujet, comme vient de le faire excellemment Jean-Claude Sabrier. Son livre est passionnant, très complet, bien illustré et sera incontournable pour tous les amoureux de l'horlogerie authentique.

La montre à remontage automatique. Par Jean-Claude Sabrier. Edité par le Cercle d'art. 305 pages. 73 CHF - 59 €



Catalogue d'une exposition aux Musées d'Art et d'Histoire de Genève, ce livre est évidemment lié à l'horlogerie genevoise, mais s'intéresse surtout à la décoration : émaux et miniatures qui, avant même l'apparition de l'horlogerie, portaient loin la célébrité de Genève. On trouvera donc des photos de quantité de montres et de pendules ornées de miniatures et de bijoux. Comme le prescrit la muséographie d'aujourd'hui, chaque pièce est minutieusement décrite avec son origine, le nom de son auteur, sa date de fabrication et tous les détails permettant de l'identifier. Comme il ne s'agit pas de commerce, on n'y trouvera peu d'indications utiles aux collectionneurs, et cette approche, plutôt universitaire, apporte beaucoup de fraîcheur à ce volume. Il décevra peut-être les purs et durs de l'horlogerie, mais ravira les amateurs d'art.

L'horlogerie à Genève. Par Estelle Fallet. Publié par Hazan. 144 pages. 49 CHF - 30 €

BIBLIOTHEQUE BI



A Zurich, la collection Beyer attire les clients au magasin de la Bahnhofstrasse. Mais elle intéresse tous les amateurs; elle a donc été présentée au public lors du Salon de la haute horlogerie de Genève en 2011. Ce livre est le catalogue de cette exposition. Modeste, mais fort bien fait, il est marqué par la volonté de Theodore Beyer de collectionner les plus belles montres retraçant l'évolution de l'horlogerie mécanique. Au fil des 78 pièces, allant du cadran solaire au chrono à tourbillon, apparaît toute l'histoire de l'horlogerie, bien commentée par un spécialiste, Dominique Fléchon. Beaucoup des pièces présentées feront rêver, non seulement les collectionneurs, mais tous ceux qu'émeuvent la patience et l'inventivité de milliers d'horlogers.

Les trésors du Musée de l'horlogerie Beyer-Zurich. Par Dominique Fléchon. Publié par la Fondation de la Haute Horlogerie. 165 pages. 29 CHF - 25 €

Ce livre est fondé sur les notes de cours d'un enseignant du Technicum de La Chaux-de-Fonds, cours consacré à l'art de la pendulerie. On y trouvera donc surtout des équations et des schémas, des abaques et des formules, et même des notes de musique. L'auteur évoque des pannes classiques, et indique précisément les réparations, tout en signalant les difficultés. Tout cela passera au-dessus de la tête de la plupart des lecteurs potentiels, mais passionnera les collectionneurs avertis et les réparateurs de pendules. Le néophyte y trouvera la confirmation d'une évidence: les pendules sont de grosses montres, mais sont pareillement complexes. Accessoirement, certains apprécieront l'étrange vocabulaires des penduliers comme ces « arrêtages des fusées » ou « suspensions à fil de soie ».

La pendulerie. Par Jean-Claude Nicolet. Publié par les Editions Simonin. 208 pages. 75 CHF - 63 €

On aurait presque envie de feuilleter ces trois grands livres avec des gants de coton blanc. Car ce triple volume est aussi parfait que les objets qu'il présente. Magnifiques photos sur fond noir, reliure raffinée, textes de qualité... Et l'ouvrage est accompagné de vidéos 3D et haute définition, montrant les pièces en mouvement. De plus, ces livres étaient très attendus, et ont été freinés par la volonté de perfection des auteurs. Voilà qui aurait plu à Maurice Sandoz, ce riche héritier docteur en chimie, écrivain et compositeur, dont la collection est l'objet de cette publication. Les montres compliquées et les automates, symboles de cette recherche d'innovation et de perfection qui séduisait Maurice Sandoz, sont ici présentés dans un écrin digne d'eux.

Montres et automates, collection Maurice Sandoz. Par Bernard Pin. Publié par la Fondation Edouard et Maurice Sandoz. 3 volumes, 987 pages. 1180 CHF - 980 €

En partenariat avec Watchprint, tous les livres peuvent être commandés sur notre site www.watch-around.com

In drei Museen zu bewundern : das **Genie** der Jaquet-Droz



Die Androiden-Familie besteht aus einem Zeichner, einer Musikerin und einem Schreiber, der seit kurzem von seiner ersten Chinareise zurück ist.

Brigitte Rebetez

Bei ihrer Premiere 1774 ernteten der Schreiber, der Zeichner und die Musikerin gleich so viel Applaus wie heute ein Rockstar. Von weit her eilte man herbei, um die drei Meisterwerke zu bestaunen, die das Genie von Jaquet-Droz, Vater und Sohn, und ihres Gehilfen Jean-Frédéric Leschot in den Neuenburger Bergen hervorgebracht hatte. Wie alle Berühmtheiten machten die Androiden den europäischen Königshäusern ihre Aufwartung, und vor den Sälen, in denen man sie präsentierte, stauten sich manchmal gar die Kutschen. Noch heute benehmen sie sich nach ein paar Umdrehungen mit dem Schlüssel formvollendet. So bringt etwa der Schreiber dreizeilige (programmierbare) Texte zu Papier, taucht seine Feder ins Tintenfass und macht die passenden Augen- und Kopfbewegungen dazu. Sein Leib ist aus 4000 Bestandteilen gefertigt, zu 90% sind es Originale!

Ihre Berühmtheit machte die Automaten zu einem hervorragenden Marketinginstrument, das die Jaquet-Droz, die sich mit ihren komplexen

Uhrenkunstwerken in Europa schon einen Namen gemacht hatten, nutzten, um sich auf dem internationalen Markt zu profilieren. «*Zwanzig Jahre lang standen sie als Werbeträger im Einsatz*», erklärt Konservatorin Caroline Junier, die am Neuenburger Musée d'art et d'histoire für die angewandte Kunst zuständig ist.

In der Ausstellung «Wunder-Werke» («Automates & Merveilles») vom 28. April bis 30. September 2012 werden die drei Automaten wiederum die Hauptrolle spielen. Sie wird gleichzeitig in drei Städten und drei Museen gezeigt, und an jedem Ort gibt eine andere der drei Puppen den Ton an. Im Neuenburger Musée d'art et d'histoire ist der Schreiber die Leitfigur, mit der sich das Thema «Die Jaquet-Droz und Leschot» entdecken lässt. Dabei erfährt man, wie das Abenteuer der Erfinder begann, wie sie die Welt eroberten, und was die Technik des 18. Jahrhunderts mit modernen Robotern zu tun hat. Das Internationale Uhrenmuseum in La Chaux-de-Fonds setzt die Musikerin

AKTUELLAKTUEL



Das Innenleben des Schreibers besteht aus 4000 Teilen, davon sind 90% original.

in Szene und legt den Akzent auf die Herstellung von Musikautomaten, Musikautomaten, Leierkästen, mechanische Musikinstrumente, Carillons und Glockenspiele aller Art, geheimnisvolle Uhren und Schein-Perpetuum Mobiles haben denn auch in der Ausstellung ihren grossen Auftritt. Das Uhrenmuseum von Le Locle wird sich mit dem Zeichner und dem Thema « Vollendeter Luxus und meisterhafte Technik im Kleinformat » hervortun. Präsentiert werden die Meisteruhrmacher im Umfeld der Jaquet-Droz und die Erben dieser Tradition samt ihren Schöpfungen (Uhren, Pistolen, Käfige...), die sie mit Mini-Singvögeln, Musikdosen und beweglichen Bildern bestückten und dabei ein Feuerwerk mechanischer Glanzleistungen zündeten.

Wer von den Erben spricht, wird zwangsläufig an den modernen Automatenbauer François Junod denken, den unbestrittenen Meister der Androiden nach alter Väter Sitte (siehe *WA011*). Sein Beitrag wird sich nicht auf Exponate aus seiner Sammlung beschränken: Eigens für die Ausstellung hat er ein

riesiges Werk geschaffen, das in Neuenburg einen ganzen Saal bespielen wird. « *Alice im Jaquet-Droz-Land könnte man die Installation nennen* », meint François Junod maliziös. Statt der Singvögelchen werden sich die Besucher im Käfig wiederfinden, in dem Wasserfälle plätschern, Tierlaute aus den Automaten ertönen, Putten an der Decke flattern, und weitere findige Einfälle im Stil Jaquet-Droz das Publikum bezaubern.

Dieser Ausstellung an drei Schauplätzen liegt die Absicht des Musée d'art et d'histoire zugrunde, die Schöpfer der drei Automaten, die es seit über einem Jahrhundert beherbergt, und ihre Welt besser zu verstehen. Zu diesem Zweck ist es wissenschaftliche und technische Partnerschaften eingegangen und hat ein Forschungsprojekt eingereicht, das vom Schweizerischen Nationalfonds finanziert und von der Abteilung für Kunstgeschichte und Museumskunde der Universität Neuenburg verantwortet wird. Die eigens zur Ausstellung gegründete Vereinigung « Automates et merveilles » soll ihr zu grösserer Ausstrahlung verhelfen. Im Ehrenkomitee sind bekannte Persönlichkeiten wie die Botschafter Chinas, Frankreichs und der Türkei in der Schweiz vertreten.

Als tüchtige Geschäftsleute hatten die Jaquet-Droz ihre Produkte in ganz Europa und darüber hinaus vertrieben. So war Henri-Louis, der Sohn, in London, das im 18. Jahrhundert ein bedeutendes Uhrenzentrum war, Geschäftsleuten begegnet, die auf den Handel mit China spezialisiert waren. Umgehend eröffnete er eine Werkstatt, deren Produktion für das Reich der Mitte bestimmt war. Von den insgesamt 650 in London hergestellten Stücken landeten zwei Drittel in China, was die von der Uhrenmarke und Ausstellungssponsorin Jaquet-Droz (ohne Bindestrich) aus La Chaux-de-Fonds lancierte Blitzreise des Schreibers nach Peking im letzten Dezember erklärt. Für den Automaten war die Chinareise eine Premiere: So weit hatte es keiner seiner drei Väter gebracht... Ein glückliches Zusammentreffen, das den Kinofreunden nicht entgangen sein dürfte und die Freunde mechanischer Uhren erfreuen wird, ist der neuste 3D-Film von Martin Scorsese, « Hugo Cabret », der den Wunderwerken der Automatenbauer auf seine Art die Ehre erweist. ●

Baselworld: ein **Dach** für den Messeplatz



Timm Delfs

Nach elf Jahren seit dem letzten grossen Neubau genehmigt sich die MCH AG ein Bauprojekt, das alles bisherige in den Schatten stellt. Die Basler Stararchitekten Herzog & De Meuron legten einen Plan vor, der die Messeleitung überzeugte, in weiten Kreisen der Stadtbevölkerung jedoch auf Widerstand stiess: Die Lücke zwischen der 1999 fertiggestellten Halle 1 und der vorläufig noch gegenüber stehenden Halle 3 soll durch einen zwei-stöckigen Riegel geschlossen werden, der den Messeplatz wie eine Brücke überspannt. Die beiden Stockwerke sollen gegeneinander verdreht sein, wie eine Torsionsfeder, die fensterlose Fassade durch Metall-Lamellen mit Lichteinlass aufgelockert werden. Für das Projekt sind 430 Millionen Franken budgetiert, wovon die Kantone Basel-Stadt und Basel-Land 90 Millionen beisteuern, die Messe selbst 120. Die restlichen 220 Millionen werden mit Darlehen der Basler Halbkantone und Zürich finanziert. Der Neubau wird gemäss den Anforderungen des Kantons den Minergie-Standard erfüllen, mit einer Photovoltaik-Anlage sowie grosszügiger Begrünung auf dem Dach ausgestattet sein.

Kaum waren im Juni 2011 die Standbauer der Art Basel abgezogen, fuhr bereits schweres Geschütz am Messeplatz auf. Die Baumreihe vor dem Haupteingang der Halle 1 fiel so schnell, dass niemand auch nur daran denken konnte, sich im Protest daran zu ketten, oder sonst dagegen zu demonstrieren. Die Basler waren selbst überrascht, wie schnell alles vonstatten ging. Zunächst entstand ein Stahlgestell, das sich wie eine Galerie schützend über die Tramlinien legte. Dann tat sich ein Loch auf, in dem der unterirdische Verbindungstunnel zwischen der Halle 1 und der gegenüberliegenden Halle 3 verschwinden sollte. Als Drittes begannen sich im Sommer die Dimensionen des zukünftigen Hallenkomplexes abzuzeichnen, als eine Brücke aus Stahlträgern in etwa zehn Metern Höhe den Zwischenraum zwischen Halle 1 und Halle 3 zu schliessen begann. Ende Januar waren die Arbeiten am Rohbau des Verbindungsstücks abgeschlossen. Dann ruhen die Bauarbeiten bis zur Baselworld 2012.

« Was hier geleistet wird, ist ausserordentlich », meint Bernard Keller, Pressesprecher der Baselworld,

430 Millionen Franken werden in das neue Messegelände investiert, das 2013 eröffnet wird. Inzwischen rätselt man: Wer präsentiert sich wo?

der das Geschehen täglich von seinem Büro im Messeturm verfolgt. «*Das ist keine Baustelle im herkömmlichen Sinn, weil darunter der öffentliche Verkehr weiterfunktioniert. Da dürfen keine Fehler passieren, und das Timing muss perfekt stimmen*», fährt er fort. Ausserdem ist die jährlich stattfindende Baselworld nicht die einzige Messe, die an diesen Ort kommt.

Rennen gegen die Zeit. Gleich nach der Baselworld 2012 geht die Aktivität weiter. Dann werden der alte Kopfbau der Halle 1 von 1926 und die Halle 3 entkernt. Nach der Muba Ende April werden diese beiden Gebäude dann abgerissen, sodass der Verbindungstrakt zunächst isoliert dastehen wird. Im Herbst 2012 sollen aber die Neubauten an seinen beiden Enden im Rohbau fertig sein, sodass die angestrebte Einheit ab Halle 1 bis zu Riehenstrasse klar sichtbar wird. Bis Januar 2013 wird der in sich verdrehte Barren dann mit Fassaden und Innenwänden versehen sein. Für den Beginn der Baselworld am 25. 4. 2013 sollen die neuen Hallen bezugsbereit sein.



Die neue, den Messeplatz überspannende Halle wird direkt an Halle 1 anschliessen. Der Riegel wird zwei etwa 8 Meter hohe Stockwerke besitzen. Ein Loch in seiner Mitte soll etwas Licht in den Durchgang bringen, der den Messeplatz mit der restlichen Stadt verbindet. Ein verglaster Eingangsbereich, die "City Lounge" links des Durchgangs wird direkt zur Halle 1 führen. Die Übergänge zwischen Halle 1.1 und dem Brückenkomplex werden im Inneren fließend und nicht bemerkbar sein. Im Erdgeschoss des rechten «Brückenkopfs» ist eine Eventhalle geplant.

Trotz der Neubauten wird 2013 weniger Ausstellungsplatz vorhanden sein als dieses Jahr; die Bruttoausstellungsfläche wird von 161 000 Quadratmetern auf deren 141 000 zusammenschrumpfen. Damit geht einher, dass die Stände in Halle 1.0 grösser werden, in einigen Fällen um das Doppelte. Die Fläche, die für mehrstöckige Stände vorgesehen ist, wird sich von 45 000 Quadratmetern fast verdoppeln auf 83 000 Quadratmeter. Das bedeutet, dass einige Aussteller über die Klinge springen müssen.

Neuverteilung der Standorte. Über all dies gibt die Messe Schweiz AG (MCH) als Bauherrin gerne Auskunft. Informationen darüber, was sich für die Uhrenmarken bis zur Baselworld 2013 konkret verändern wird, sind schwieriger zu bekommen. «*Wir haben beschlossen, dass wir bis Februar 2013 nicht kommunizieren, wer an der Baselworld 2013 wo zu finden sein wird,*» ist alles, was Bernard Keller dazu äussert. Wir haben die Ohren gespitzt und dennoch einiges herausgefunden. Da die Verhandlungen zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses jedoch noch am Laufen waren, möchten wir darauf hinweisen, dass es sich im Folgenden um Mutmassungen handelt.

Die erste Überraschung dürfte den Besucher im neu geschaffenen Eingangsbereich erwarten: die LVMH-Gruppe hat sich hier auf der gesamten Hallenbreite Platz reserviert für ihre Marken Zenith, Hublot, Tag Heuer und die neu hinzugekommene Bulgari. Letztere hat nach neun Jahren das Untergeschoss in Halle 4 aufgegeben. Es wird wahrscheinlich Ausstellern aus der Zulieferindustrie zugute kommen. Überhaupt wird Halle 4 im Kongresszentrum wohl keine Uhrenmarken mehr enthalten.

Bewegt man sich dann weiter Richtung Inneres der Halle 1 wird man mit Verwunderung feststellen, dass alles viel grösser geworden ist. «*Wir haben die Vorgaben für die Standbauten noch einmal erhöht, um die Qualität der Baselworld hoch zu halten. Ausserdem sind wir es, die darüber bestimmen, wer welchen Platz erhält,*» erklärt Bernard Keller das Konzept. «*Der Neubau wird die Messe nicht vergrössern, sondern sie um den Messeplatz konzentrieren. Mit dem Wegfallen der Halle 6 geht sogar Platz verloren.*»

Von den LVMH-Marken werden Bulgari und Tag Heuer den meisten Platz beanspruchen. Hat man sie passiert, stösst man sogleich auf die Platzhirsche Rolex und Patek Philippe. Der Rolex-Stand soll sich praktisch verdoppelt und sich die Flächen der jetzigen Stände von Ulysse Nardin und Hublot einverleibt haben. Über die Swatch Group, die ja heute an diese Marken anschliesst, war in Erfahrung zu bringen, dass sie, abgesehen von ihrem Standort in Halle 1.0, nochmals in den neuen Gebäuden auftauchen wird. Es ist anzunehmen, dass die Marken mit hoher uhrmacherischer Kompetenz wie Breguet, Blancpain, Glashütte Original und Omega in Halle 1.0 bleiben werden.

Änderungen in Halle 1.0 sind weiterhin bei Chanel zu verzeichnen, die ihren Stand massiv vergrössert haben soll. Die Movado Group mit den Marken Movado, Concord und wahrscheinlich Ebel wird sich nun weiter hinten in der Halle befinden. Ebel war vor 12 Jahren die einzige Marke, die ihren Standort im alten Messebau behalten konnte, weil er sich im vom Abriss verschonten Kopfbau befand. Oris sowie die beiden japanischen Marken Seiko und Citizen sollen sich nicht mehr in Halle 1.0 befinden. Eine der wenigen Marken, die sich über ihren neuen Standort äusserte, war Ulysse Nardin. «*Wir mussten um unseren Platz kämpfen und sind nun zuhinterst, aber immerhin noch in Halle 1.0,*» gab Susanne Hurni, Pressesprecherin von UN zu Protokoll. Auch Corum und Carl F. Bucherer hat es dorthin verschlagen.

In Etage 1 von Halle 1 wird sich einiges ändern, indem sich Uhren und Schmuck bekannter Labels mehr durchmischen werden. So wird Wellendorff aus der Halle 2 sich in Halle 1.1, von Uhrenmarken umringt, wiederfinden. Da die Halle 1.1 sich nun nahtlos mit dem Neubau verbindet, ergibt sich im ersten Stock eine nicht enden wollende Ausstellungsmeile, in deren Mitte die Marke Swarovski glitzern wird. Ihr Stand wird den Lichthof umringen und vor neugierigen Blicken verbergen. Am Ende des neu entstandenen Barrens, also irgendwo über der Eventhalle wird uns eine weitere Überraschung erwarten: die Sowind Gruppe mit den Marken Girard Perregaux und JeanRichard, die dieses Jahr zum letzten Mal am SIHH ausstellen werden. In dieser Umgebung vermuten wir auch die zweite Ausstellungsfläche der Swatch Group.

In Halle 2, wo sich im Parterre seit einigen Jahren auch Uhren befinden, werden 2013 weitere Uhrenmarken dazustossen, vorwiegend Newcomer aus der bisherigen Halle 5.

Während Baselworld 2012 wird sich an den bisherigen Standorten und Bauten praktisch nichts geändert haben. Niemand wird dieses Jahr in Stände investieren, die nach der Messe bereits entsorgt werden müssen. Die neuen Stände werden dann bereits in Auftrag gegeben, die Budgets längst geschnürt sein. Baselworld 2012 wird sicher spannend werden, das Folgejahr dürfte jedoch für ein ähnliches Erdbeben sorgen wie Baselworld 2000, als die soeben fertiggestellte Halle neu bezogen wurde. ●

Edel und **hart**: Magic Gold



Das Keramikpulver aus Borkarbid wird in einer Silikonform verdichtet und dann mit 2200°C gehärtet. Dann wird bei 1200°C mit einem Druck von 200 bar eine Goldschmelze in die Keramik infiltriert.

Ollivier Broto

Auf ihrer ständigen Suche nach Unverwechselbarkeit haben die Uhrenfirmen auch die Lehrbücher der Metallurgie durchforstet. Flankiert von Professor Andreas Mortensen, Spezialist für Keramik an der EPFL (Eidgenössische Technische Hochschule Lausanne), hat Hublot kürzlich seine neue Legierung *Magic Gold* präsentiert, die das Gold gegen schädliche äussere Einflüsse widerstandsfähiger macht.

Das Verfahren gab es bei anderen Metallen bereits, doch die Innovation besteht in der Infiltration eines Keramikskeletts mit 24-karätigem Gold. Das Amalgam hat die offizielle Hürde genommen und von der Edelmetallkontrolle das Gütesiegel « 18 Karat Gold » erhalten: eine erstaunliche Leistung.

Die neue Legierung ist keine Lösung wie Zuckerwasser, sondern gleicht eher Nusschokolade, um bei diesem Bild aus der Küche zu bleiben. Allerdings besteht sie aus vielen Nüssen, dem Borkarbid, und nur wenig Schokolade, dem Gold.

Das Rezept. Man nehme kleinste Borkarbidkugeln von 5-10 Mikron Durchmesser – eine Art besonders hartes und hitzebeständiges Keramikpulver – und gebe es in eine Form, die

dem gewünschten Endprodukt ähnlich ist, dann presse man mit gleichmässig starkem Druck, damit das verdichtete Pulver kompakt bleibt. Danach härte man die vorgeformten Teile in einem Hochtemperaturofen. Die erkaltete Keramik ist äusserst widerstandsfähig und trotzdem porös genug, dass in einem weiteren Ofen mit inertem Gas unter hohem Druck eine Goldschmelze von 24 Karat infiltriert werden kann. Man kann sich ein Glasskelett vorstellen, in dem die Kügelchen dank eines dünnen klebrigen Films aneinander haften. Dann giesst man flüssiges Gold in die Poren und hat nach dem Erkalten ein Gemisch aus Glas-kugeln und Gold vor sich.

Während herkömmliche 18 Karat Gold-Legierungen nie härter als 400 Vickers (Mass zur Bestimmung des Härtegrads) sind, erreicht das so produzierte Gold eine einmalige Härte von 1000 Vickers und ist somit viel härter als ein herkömmlicher gehärteter Stahl. Dieses neue Gold wird also nicht so leicht zerkratzt.

Die Farbe. Die Farbe verblüfft: Das Keramikskelett der neuen Legierung ist nämlich schwarz! Schwarz, rabenschwarz ist das neue 18 Karat-Gold, wenn es aus dem Ofen kommt. Damit eröffnen sich dem

AKTUELLAKTUEL

Präsident von Hublot, Jean-Claude Biver, ungeahnte Perspektiven: Der Marketingzauberer und Alchemist der Uhrenbranche hat schwarzes Gold gemacht! Man sieht den Medienknüller schon vor sich. Unterdessen kann man sich fragen, wie Hublot ein 70%-iges Schwarz in ein Gelb verwandeln will, das traditionellem 18-karätigem Gold gleicht. Das Zauberwort heisst Polieren. Tatsächlich reflektieren die Goldfacetten viel mehr Licht als das übrige Material und werden zur dominanten Farbe. Die hauseigene Polissage wird dann vermutlich den Farbwert bestimmen, denn Hublot strebt für Magic Gold eine Sonderfarbe an, die nur ihm eigen und darum leicht erkennbar ist.

Der gefühlte Wert. Und noch eine Herausforderung wartet auf die Techniker von Hublot: Wenn man bedenkt, dass die Dichte von Borkarbid bei rund 2 und die von reinem Gold bei gegen 20 liegt, wird ein Käufer sich kaum vorstellen können, eine schwere Golduhr in der Hand zu halten!

Denn das Borkarbid macht gut 70% der neuen Legierung aus und hat eine geringere Dichte als Stahl, nicht zu vergleichen also mit reinem Gold, worunter der gefühlte Wert leiden könnte, von dem sich manche Käufer immer noch instinktiv leiten lassen. Das Herstellungsverfahren ist bekannt, und sein Pioniercharakter macht bedeutende Investitionen unumgänglich. Also hat sich Hublot mit seiner gewohnten Unerschrockenheit daran gemacht, die Produktion sicher zu stellen. In einer Fabrik an der Autobahn unterhalb der Asse in Nyon hat die Marke ein hochmodernes kleines Metallurgiezentrum eingerichtet, mit einem Ofen- und Maschinenpark, über den die Labors in der Umgebung vor Neid erblassen könnten. Ob das Haus wohl vorhat, sein kratzfestes und widerstandsfähiges Gold den Luxus-Schmuckherstellern zu verkaufen? Oder will man mit denselben Methoden neue Paare kreieren, indem man das Borkarbid mit weiterem Edelmetall mischt? Bestimmt ist diese Erfolgsgeschichte noch längst nicht zu Ende geschrieben. ●



Eine Lünette aus « Magic Gold » im Rohzustand, vor und nach dem Polieren.

Frequenz-Hype



MIKROGIRDER



Alan Downing
Timm Delfs

Das Uhrenjahr 2012 begann am Eröffnungstag des SIHH hochfrequent mit der Ankündigung superschneller Chronographen von TAG Heuer und Montblanc. Wir schauen uns zwei sehr unterschiedliche Ansätze an.

Der Marke TAG Heuer muss man dankbar sein, dass sie mit ihrem Rummel und ihren verrückten Konzeptuhren während der beiden grossen Uhrenmessen für etwas Extravaganz sorgt, obwohl sie im Januar lediglich ausserhalb des SIHH in einer ehemaligen Fabrikhalle am Stadtrand, wo sonst niemand hingeh, auftrat. Die «legendäre Schweizer Marke» fühlt sich sonst an der Baselworld mehr zu Hause, doch die Versuchung, Montblanc etwas ebenso hochfrequentes zu entgegnen, war zu gross.

TAG Heuers neuste Konzeptuhr, die mechanisch bei 1000 Hz, also doppelt so schnell wie die letztjährige Revolution, summt, wurde von CEO Jean-Christophe Babin als grösster Durchbruch seit Huygens' Spiralfeder gefeiert und mit einer Reise zum Jupiter verglichen. In ihrem Zentrum rotiert ein Chronographenzeiger mit 1200 u/min – so schnell, dass man ihn nicht mehr sieht – und stoppt abrupt bei der nächsten 1/2000 Sekunde. Der Chronograph, den Montblanc am selben Tag ankündigte, soll auf 1/1000 Sekunde genau ablesbar sein, dank einer ganz anderen Technologie.

TAG Heuer zeigte immerhin ein paar eingeschaltete Modelle, die gut aussahen und ein paar Mal in Gang gesetzt wurden. Doch der Chronograph leert die Aufzugsfeder in etwa 3,5 Minuten und hält die Sollfrequenz während nur einer Minute.

Das System heisst «Mikrogirder», weil der Oszillator aus einem dünnen Stahlstab (Girder) besteht, der durch einen sehr schnellen Anker dazu angeregt wird, mit seiner Eigenfrequenz von 1000 Hz zu vibrieren. Die Vibrationen werden durch einen zweiten Stab weitergegeben, der den Girder rechtwinklig berührt und über ein Gelenk mit dem verlängerten Anker verbunden ist, dessen Schenkel an einem 2400 u/min schnellen Hemmungsrad rascher als ein Bienenflügel summen. Wie in einem herkömmlichen Uhrwerk bestimmt der Oszillator den Gang der Hemmung, welche das Schwingsystem mit Energie versorgt.

Wozu das alles? So etwas eignet sich bestimmt, um damit am Handgelenk anzugeben, konservative Zeitgenossen würden es wohl mit dem Spielzeug vergleichen, das in der ersten Woche nach Weihnachten kaputt geht. Begeisterungsfähige wiederum würden sich freuen, dass man damit theoretisch die Distanz von Geschützdonner oder eines Blitzes auf bis zu 17 cm genau bestimmen könnte. Sinn und Zweck sei es, laut dem technischen Direktor Guy Sémon, eine Art internationalen Standard für mechanische Chronographen festzuschreiben, ähnlich der ISO 3159 für Chronometer. Das macht die Entwicklung eines Referenz-Chronographen nötig, mit dem die übrigen sich messen sollten. Der müsste mit der höchstmöglichen Frequenz arbeiten, da man für die Bewertung eines 500 Hz Chronographen, einen mit 1000 Hz benötigt. TAG Heuer arbeite mit dem französischen Observatorium in Besançon zusammen, um



TIMEWRITER II

einen Standard zu erarbeiten, welcher der ISO unterbreitet werden könne. Doch die in den Gremien vertretenen Länder könnten wohl auf die Absurdität hinweisen, eine veraltete Technologie standardisieren zu wollen, die einzig von der Schweiz praktiziert wird, wo doch Atomuhren den internationalen Frequenzstandard definieren.

Eine tausendstel Sekunde aus 50 Hz. Am Montblanc-Stand innerhalb des SIHH gab es weit weniger Brimborium. Der junge spanische Uhrmacher Bartomeu Gomila erklärte dort, wie er die Tausendstelsekunden-Schallmauer durchbrochen haben will. Das System, das er für die Montblanc «TimeWriter II Chronographe Bi-Fréquence 1000» entwickelt hat, soll die 1/1000 Sekunde mit einer Hemmung messen, die bloss mit 50 Hz schlägt. Da in einer mechanischen Uhr beide Halbschwingungen einer kompletten Schwingung genutzt werden können, um die Zeit zu zerhacken, dividiert eine 50 Hz-Hemmung die 1/100 Sekunde genauso wie das 5 Hz Werk der Zenith El Primero 1/10 Sekunde misst. Doch wie soll eine 50 Hz-Hemmung 1/1000 Sekunde darstellen können?

Schwungrad mit 600 u/min. Gomila, der zuletzt am WOSTEP ausgebildet wurde und auf seiner Heimatinsel Menorca als Uhrenrestaurator arbeitet, hat versucht, das mit Hilfe eines Schwungrades, das er «Mobile de Millième» nennt, zu erreichen. Es wird auf 10 Umdrehungen pro Sekunde beschleunigt, um mit regelmässigen Impulsen vom Räderwerk des Chronographen möglichst konstant bei diesem

Tempo gehalten zu werden. «Wenn es zu schnell wird, wird es automatisch gebremst», sagt Gomila. Der zentrale Chrono-Zeiger umrundet das in Hundertstel unterteilte Zifferblatt einmal pro Sekunde. In derselben Zeit absolviert das Schwungrad 10 Umdrehungen. Da Gomila uns wegen angemeldeter Patente keine Details verraten wollte, können wir nur vermuten, dass ein Zahn auf dem Zehntelsekunden-Rad dem «Mobile du Millième» jede Sekunde einen beschleunigenden oder bremsenden Impuls versetzt. Da die 1/1000 Sekunde erst nach Stoppen des Chronographen auf einer Skala von 0-9 angezeigt wird, gehen wir davon aus, dass das «Mobile du Millième» ein spezielles Profil trägt, das von einem Taster bei Stillstand erfühlt wird, ähnlich wie bei einer Minutenrepetition.

Wie beim Mikrogirder von TAG Heuer ist das Chronographenwerk des TimeWriter II völlig vom herkömmlichen Uhrwerk mit seiner 2,5 Hz Unruh getrennt. Anders als der Mikrogirder hat es aber eine Autonomie von 45 Minuten anstelle von 3,5. Es ist interessant zu beobachten, wie in der Uhrenindustrie ähnliche Ideen fast simultan auftauchen. Manche verschwinden kurz darauf wieder, andere haben Bestand. Wird man sich in ein paar Jahren noch über mechanische Hochfrequenz-Uhren unterhalten? Falls ja, wird man wohl eher über Hemmungen zur Langzeitmessung sprechen als über Chronographen, die man von Hand gar nicht schnell genug bedienen kann. Auf Seite 48 dieser Ausgabe befasst sich «Insider» mit der etwas ernster zu nehmenden Forschung, die bei De Bethune betrieben wird. ●

Schweizer Fabrik in chinesischem Wohnzimmer

Nicolas Babey

Wie es Plato schon von der Schrift sagte, ist jede technische Erfindung Segen und Fluch zugleich. Sie ist ein Segen, weil sie ermöglicht, was gestern noch Utopie war; sie ist ein Gift, weil sie dem, der sich der Erfindung bemächtigt, zu einem entscheidenden wirtschaftlichen Vorteil verhilft, der Berufe und Menschen erbarmungslos vernichtet.

In weniger als zehn Jahren hat die Digitalisierung der Information und die weite Verbreitung der Tintenstrahl- und Laserdrucker den fünfhundertjährigen Beruf des Typografen vernichtet, der seinerseits den geduldrigen Kopisten überflüssig gemacht hatte. Seit Jahren haben wir alle eine «Druckstube» zu Hause, ohne uns um die Blutspur zu kümmern, die sie in der Wirtschaft hinterlässt.

Was ist 3D-Druck? 3D-Druck ist eine moderne Technologie, die darin besteht, aus einer CAD-Datei Schicht um Schicht ein dreidimensionales Objekt aufzubauen. Diese Technik kam in den 1990er Jahren auf, um den Firmen neue Möglichkeiten der schnellen Prototypenherstellung zu eröffnen. Teure Gussformen sind nicht mehr nötig: Mittels Oberflächenbehandlung wird der Prototyp dem Endprodukt in Rekordzeit zum Verwechseln ähnlich.

Würde man das Mooresche Gesetz auf diesen neuen Sektor anwenden, würde man sehen, dass die Leistungsfähigkeit dieser Drucker sich wie bei den Rechnern alle zwei Jahre verdoppelt, bei gleichbleibenden Kosten. Das geht soweit, dass sich manche Modelle heute für unter 4000.– Dollar verkaufen. Bei diesem Tempo werden wir bald einmal eine chinesische Fabrik im Wohnzimmer haben... Doch auch das Umgekehrte wäre denkbar: eine Schweizer Fabrik in einem chinesischem Wohnzimmer.

Die Auswahl an druckfähigen Materialien wird immer grösser – Gips, Kunststoffe, Keramik, Stein, Metalle, Legierungen¹ –, und ebenso stark nimmt der Anwendungsbereich dieser Technik zu: Luftfahrt,



Markus Brunner / Getty Images

¹ Die Technik zum Druck von Metallen und Legierungen ist das «Lasersintern». Dabei baut ein Laserstrahl Schicht um Schicht durch Verschmelzen ein metallisches Pulver auf. Die maximale Präzision beträgt 10 Mikron, die mechanischen Eigenschaften können es mit Werkstücken aus geschmiedetem Eisen aufnehmen.

ZUKUNFTZUKUNFT

Vom Bit zum Atom. Ganze Industriezweige werden dasselbe Schicksal erleiden – oder sind schon dabei –, das der Musik zum Leidwesen der grossen Markt-Player in den letzten Jahren widerfahren ist: die zunehmende Entmaterialisierung der Tonträger durch die Digitalisierung; der Austausch «peer to peer» dank des Webs 2.0, das sich wenig um geistiges Eigentum kümmert; eine phänomenale Dezentralisierung der Wiedergabe von Musik, da sie auf jedem privaten Rechner praktisch beliebig oft gespeichert, ausgetauscht und konsumiert werden kann.

Morgen schon wird es nur noch einen 3D-Scanner so leicht wie ein Smartphone, ein Softwaresystem und einen 3D-Drucker brauchen, um das Gehäuse einer Luxusuhr zu reproduzieren. Böswillige Hacker, gekauft von durch die Uhrenindustrie hart bedrängten Fälschern, werden jeden Bestandteil einer komplizierten Uhr scannen und deren kompletten Bauplan ins Netz stellen können. Dieser Übergang vom Bit zum Atom ist wohl ein Vorgeschmack auf das Web 3.0.

Übermorgen droht die Herkunftsbezeichnung *Swiss made* nach heutiger Definition gegenstandslos zu werden. Wozu soll man dem, was gängig sein wird, ein Label geben? In der Tat wird der Trend zurück zum Lokalen und Dezentralen selbstverständlich

werden. Was soll man Transportkosten und Zölle bezahlen, wenn man reproduzieren kann was man will, wo man will?

Strategie und Wertschöpfung neu formatieren.

Vielleicht sollten die Uhrenmarken sich davon leiten lassen, was die grossen Musikfirmen heute unternehmen, um noch einen Gewinn zu erwirtschaften: ihre Kreationen nicht mehr patentieren lassen, sondern unter Urheberrecht stellen. Den Verkauf der Datenträger elektronisch kontrollieren und... ein Stück Fabrik in die Verkaufslokale verpflanzen?

Einige Tätigkeiten werden sich nämlich nie ganz durch Maschinen ersetzen lassen; es sind all jene, die der Verschönerung des Objekts dienen und die man üblicherweise als «Kunsthandwerk» bezeichnet: Sertissage, Zifferblattdekor, Oberflächenbehandlung, Lederbearbeitung, Verpackung, etc. Es ist dieser noch von Menschenhand geschaffene Mehrwert, der über den Grad der Entmaterialisierung der Produkte entscheiden wird, und nicht mehr ihr messbares technisches Leistungsvermögen.

Natürlich ist all dies vorläufig hypothetisch, und doch ist es nicht unmöglich, dass morgen auf der Rückseite der Uhren zu lesen sein wird: «*designed in Switzerland, produced everywhere you want!*» ●



shutterstock

Man muss nicht siegen, um zu gewinnen!

Mehdi Guenin

Das Szenario ist eingespielt: Wenn Uhrenmarken eine neue Partnerschaft eingehen, machen sie dies der Welt meist unter grossem Mediengetöse in Luxushotels bekannt. Auf den ersten Blick scheint es, als sei der Geschäftserfolg denen vorbehalten, die die grossen Bühnen und die Gemüter für sich einnehmen. Und die Konkurrenz hat das Nachsehen – theoretisch. Denn selbst wenn die Schwarzmaler es nicht wahrhaben wollen, gibt es doch auch eine andere Realität: Viele zunächst bescheidene oder gar enttäuschende Partnerschaften erweisen sich auf die Dauer als sehr profitabel. Der vielgerühmte « Erfahrungseffekt » kommt allen zugute und führt nach und nach zu mehr Leistung.

Diese Botschaft hat das Schweizer Label Armin Strom sichtlich begriffen, als es Anfang 2011 eine Zusammenarbeit mit dem Formel 1-Rennstall Virgin einging. Die 2006 gegründete Manufaktur hatte sich

zunächst auf ihre Produkte konzentriert. « *Nachdem die Basis gesund war, wurde es Zeit, in der Kommunikation mehr zu tun, als die Baselworld zu besuchen und dort mit einem Stand präsent zu sein* », erklärt Serge Michel, der CEO der Marke. Angesichts der verfügbaren Finanzmittel entscheidet sich Armin Strom, die Kommunikation auf den internationalen Vertrieb auszurichten. Nun galt es noch eine ideale Plattform zu finden, um auf allen Kontinenten eine maximale Wirkung zu entfalten.

Als Motorsportfan hat Serge Michel es auf die Formel 1 abgesehen, die als Emotionsträger dazu geeignet scheint, potenzielle Partner zu motivieren. Doch wie soll man sich zu einer so exklusiven Welt Zutritt verschaffen, wenn man samt Direktion eine Firma mit ganzen 16 Angestellten ist? Es sind persönliche Kontakte zur englischen Uhrenvertriebsfirma Linder Luxury, die den Zugang zu Virgin, den Formel 1-Rennstall, an dem Sir Richard



Branson beteiligt ist, ermöglichen. Ein Joint Venture mit dem Distributor kommt zustande, und die Schweizer Marke kann in die Königsdisziplin des Automobilrennsports einsteigen.

Während der Rennwochenenden und zwischen zwei Geschäftsterminen haben die handverlesenen Gäste der Marke nun Gelegenheit, sich in den Paddock zu begeben, die Boliden aus der Nähe zu besichtigen und den Piloten die Hand zu schütteln. Zum krönenden Abschluss ermöglichen es die VIP-Eintrittskarten, den Grand Prix von den besten Plätzen aus mitzuverfolgen. «*Die Formel 1 bietet uns Kontaktmöglichkeiten, die wir auf anderem Weg nur sehr schwer hätten herstellen können, und motiviert die Kunden für ein langfristiges Engagement*», schwärmt der junge CEO.

Die Zahlen sind zwar vertraulich, doch offiziell ist, dass Armin Strom sich mit der Produktion der Uhrenlinie «Armin Racing» beteiligt, aus deren Verkaufserlös ein Teil an den Rennstall Marussia Virgin geht. Und schon hat die bis anhin eher unspektakuläre Partnerschaft erste Früchte getragen, auch wenn die sportlichen Resultate in der letzten Saison bescheiden waren, was bei einem Team, das sich auf den Rennstrecken erst noch bewähren muss, nicht weiter überrascht. Immerhin genügten ein paar Rennwochenenden, um neue Detaillisten zu gewinnen und den Vorstoss nach Asien, in den Mittleren Osten oder nach Indien zu wagen. Beflügelt von diesen ersten Erfolgen, hat Armin Strom ihren Vertrag mit der Formel 1 bereits bis Ende der Saison 2013 verlängert.

Audemars Piguet: Aus der Niederlage wird ein Erfolg. Der Ex-Direktor von Audemars Piguet, Georges-Henri Meylan, weiss besser als jeder andere, wie schmal der Grat zwischen Erfolg und Misserfolg beim Sponsoring ist. 1999 beteiligt sich die helvetische Uhrenfirma an der Schweizer Kampagne Fast 2000 und ihrer gelben Jacht «Be hAPpy» mit dem Ziel, an den Ausscheidungsregatten um den America's Cup im neuseeländischen Auckland teilzunehmen. Ein ehrgeiziges Budget, eine Streikdrohung der Crew und das frühe Ausscheiden nach einem Mastbruch führen dazu, dass dieser erste Versuch misslingt. Trotzdem wird nur ein paar Monate später aus der Asche von «Be hAPpy» die erfolgreiche Zusammenarbeit mit

dem Schweizer Syndikat Alinghi geboren. Im Land der Kiwis können sich die Strategen von Audemars Piguet von der weltweiten Bedeutung des Anlasses und seiner hohen Medienbeachtung überzeugen. Zudem bietet der Sympathiebonus für die Schweizer Bergler, die sich anschicken, die Meere zu erobern, eine einmalige Chance, sich von der Konkurrenz abzuheben. «*Ohne diese erste Sondierungsmission*», fügt Georges-Henri Meylan an, «*hätten wir uns vielleicht nicht dazu entschieden, 2003 mit dem America's Cup weiterzumachen, trotz der grossen finanziellen Unterstützung durch Ernesto Bertarelli.*»

Auch François Courvoisier, Professor für Uhrenmarketing an der Fachhochschule für Wirtschaft ARC in Neuenburg, bestätigt, dass nicht nur materielle Werte für den Beginn einer Zusammenarbeit entscheidend sind. Eine Partnerschaft oder ein Markenbotschafter seien vor allem dazu da, das umworbene Zielpublikum mit der Vermittlung von Assoziationen und Emotionen zu gewinnen. Als Mittel zum Zweck ist das Storytelling der grosse aktuelle Trend. «*Heute muss man mehr denn je eine Geschichte zu erzählen haben, sei es den Endkunden oder den Distributoren.*»

Letztlich geht es also nicht zwingend darum, der Beste zu sein und weiter oder höher zu springen als die Konkurrenz, um erfolgreich zu sein. In unserer Welt der omnipräsenten Medien liegen die Schlüssel zu einer gelungenen Partnerschaft vielmehr in der individuellen Fähigkeit jedes Akteurs, sein physisches oder mentales Tätigkeitsfeld klar zu definieren. Gemäss François Courvoisier geht es anschliessend darum, damit neue und auch emotionale Werte zu verbinden, die das Zielpublikum umso stärker berühren werden, als sie als authentisch gelten. Deshalb können auch Partnerschaften, die zunächst zum Scheitern verurteilt scheinen, sich als äusserst rentabel erweisen. Sie setzen auf andere Dimensionen als den reinen Wettbewerb und schaffen sich so neue strategische Räume, die eine echte Differenzierung erlauben. Gegen Nachahmung werden solide Barrieren errichtet, und man entzieht sich quasi der Konkurrenz, indem man nicht mehr im selben Umfeld wie der Gegner agiert. Und während die abgeschlagene Meute übereinander herfällt, kann man in aller Ruhe seinen Vorsprung abschätzen und verwalten... ●

Ein Baguette für die Linie



Jean-Philippe Arm

Unter den Formwerken, denen wir in der letzten Ausgabe (*WA012*) ein ausführliches Dossier gewidmet haben, nehmen sie eine Sonderstellung ein, die einen separaten Bericht verdient. Vor allem in der fruchtbaren Periode des Art Déco haben sie Furore gemacht. Die Rede ist von den Stab- oder Baguettewerken, ein anschaulicher Name, der ihre längliche Form sogleich vor Augen führt.

Einige davon, die allerdings viel seltener sind, werden auch als «lineare Uhrwerke» bezeichnet, womit natürlich die Anordnung der mechanischen Komponenten gemeint ist. Die Anschauungsbeispiele stammen alle aus einer einzigen Familie, der Golden Bridge, die 1977 vom kreativen Uhrmacher Vincent Calabrese ersonnen und drei Jahre später von Corum, einer damals schon betont kreativen Marke, lanciert wurde.

Auch diesmal wurden wir vom Verleger Antoine Simonin, ehemaliger Direktor von Wostep, unterstützt, der in seiner Sammlung einige schöne Anschauungsbeispiele ausfindig machte. Schon bei den Formuhren hatten wir unter anderen exotischen Mechanismen Baguettewerke zur Sprache gebracht, wie das berühmte Mikrokaliber 101 aus dem Jahr 1929 von Jaeger-LeCoultre. Diesmal lösten diverse Stücke längere Diskussionen aus: Konnte man sie überhaupt als Baguettewerke bezeichnen?

Ein Griff zur Uhrenbibel, Berners Fachlexikon, drängte sich auf: Als Baguette «wird ein langrechteckiges Formwerk bezeichnet, dessen lange Seite mindestens dreimal länger ist als die Schmalseite, Modeform zwischen 1920 und 1930». In der Praxis war dieses Verhältnis von 3:1 eher aussergewöhnlich und zahlreiche von den Fabrikanten als Baguettes angepriesene Werke waren weniger lang. Dafür waren sie fast immer klein – aber keine Regel ohne Ausnahme: Am anderen Ende der Skala firmiert Jaeger-LeCoultre mit seinem grossen linearen Kaliber 210 von 1938 mit 8 Tagen Gangreserve, das während des ganzen Jahrhunderts in unzähligen Penduletten zum Einsatz kam. Es handelte sich um eine Abwandlung eines runden Kalibers von 1931, dessen bewegliche Teile äusserst effektiv linear angeordnet wurden. Unter diversen Matrikelnummern, die seine technischen Fortschritte auswiesen, wurde das Werk bis in die späten 1990er Jahre produziert.

Technische Randbedingungen. Aufgrund ihrer reduzierten Dimensionen kamen herkömmliche Baguettewerke vor allem in Damenuhren, zunächst bei Anhängern, zum Einsatz. Dass sie in den folgenden Jahrzehnten keinen grossen und kontinuierlichen Aufschwung nahmen, liegt zugegebenermassen an den schwierigen technischen

ER DOSSIER ER DOSSIER DOSSIER

In diesem Baguette-Reigen von 1920 bis 1940, vom signierten Rolex Precision-Werk und einem LeCoultre-Kaliber mit Genfer Siegel bis zu Rohlingen aus der Vallée de Joux und Produkten aus Fontainemelon, beachte man auch die Qualität der Präsentations- oder Transportgehäuse.



Randbedingungen. Abgesehen davon, dass die Moden und Geschmäcker, bis auf zwei berühmte rechteckige Ausnahmen, stets doch wieder runden Uhren den Vorzug gaben, musste man schon ein wenig masochistisch sein, um sich solche räumliche Begrenzungen zu auferlegen.

Zudem war das eine kostspielige Sache: Für die Herstellung der Baguettes waren eigene Maschinen nötig, während die Fabriken gleichzeitig bestrebt waren, ihre Produktion zu rationalisieren. So bemühte sich Longines, die 1930 und 1932 zwei Baguettewerke nacheinander herausgebracht hatte (die Kaliber 4.21 und 6.22), nicht besonders um eine Fortsetzung. Bei Omega ersetzte das Baguettekaliber 690 (5¼ Rayville) 1961 seinen Vorgänger Golay von 1930. Es war für Schmuckuhren sehr gefragt und erreichte eine beachtliche Stückzahl von 11 000, die jedoch in Relation zu den 300 000 bzw. 210 000 Exemplaren der beiden kleinen runden Kaliber 5½ Rayville für Damenuhren zu sehen ist, die Omega 1962 produzierte. Von einigen ganz speziellen Anwendungen abgesehen, galt die rechteckige Form nicht mehr als sehr praktisch, und wenn man schon kleine Motoren brauchte, setzte man lieber auf die Produktion von runden Miniwerken, die vielseitig verwendbar waren.



DOSSIER DOSSIER



Der Prototyp von 1977 von Vincent Calabrese, die Corum-Version von 1980 und die erste Golden Bridge.



Als auffällige Besonderheit hat dieses Baguette von 1933 eine Schwungmasse, die fast so gross ist wie das Werk. Doch das Automatikkaliber ist zu wenig präzise und bleibt eine Ausnahme.

Die Form wird schlichter. Man musste bis zu Beginn der 1980er Jahre warten, um die spektakuläre Rückkehr eines Baguettewerks ins Rampenlicht miterleben. Vincent Calabreses Anliegen war es, die für gewöhnlich im Gehäuse versteckte Arbeit des Uhrmachers sichtbar zu machen und in schlichter Form zur Geltung zu bringen. Im Bemühen, alle beweglichen Teile eines Uhrwerks auf einer Achse zu vereinen, hatten seine Vorgänger mit den verschiedenen Ebenen experimentiert, waren aber immer an der aufragenden Wölbung der Stell- und Aufzugskronen angestossen. Calabreses Geniestreich bestand darin, das System zu vereinfachen und sich auf eine einzige Aufzugs- und Stellwelle zu beschränken, die raffiniert quer zur Federhausachse liegt. Dadurch konnte das Werk um rund zwanzig Teile leichter werden: von der Winkelhebefeder über die Kupplung und den Kupplungstrieb bis hin zum Sperrkegel. Und das Ganze kam mit vier Schrauben aus. Der Prototyp trug seinem Erfinder eine Goldmedaille an der Genfer Erfindermesse ein. Die Fortsetzung ist ziemlich klassisch. Der geistige Vater trug sein Kind zuerst einer Marke, dann einem Werkfabrikanten an, stiess zwar auf viel Interesse, kassierte aber trotzdem zwei Absagen vor der Begegnung mit René Bannwart, der sofort angetan und überzeugt war. Bannwart hatte bei Omega das



erste Planungs- und Entwicklungsbüro aufgebaut, bevor er mit seinem Onkel Corum gründete, und sein Urteil war weder zufällig noch unverbindlich. «*In zwei Stunden war die Sache geritzt*», erinnert sich Calabrese. Drei Jahre darauf lancierte Corum die Golden Bridge zum 25-jährigen Jubiläum der Marke.

Einzigartig. In seinem Gehäuse aus Gold und Saphir, in dem es die Hauptrolle spielte, schwebte das Werk aus Gold mit seinen 35 mm Länge, 2,3 mm Breite und 3,4 mm Dicke. Natürlich war ihm ein besonderer Platz in den Kollektionen des Hauses bestimmt, aber auch darüber hinaus: Dieses Werk ist in der Tat in seiner Sparte in der Uhrenwelt einzigartig geblieben. Seltsamerweise liess sich niemand davon auch nur zu einer indirekten Nachahmung oder auf andere Weise inspirieren. Vermutlich war das Vorbild zu stark, und die Konstruktion galt als zu heikel und gar als fragil. Nur Calabrese selbst, der sein Patent abgetreten und sein Konzept des spatialen Uhrmacherstils verkauft hatte, schuf später noch personalisierte Werke im selben transparenten Stil und in Gestalt der Buchstaben des Alphabets, mit Ausnahme des grossen «I», mit dem die Golden Bridge firmiert. 2010 feierte Corum den 30. Geburtstag seiner Ikone, die sie um die Jahrtausendwende etwas

vernachlässigt hatte, vielleicht weil sie sich von den Rundungen der Bubble blenden liess... Doch unter dem neuen starken Mann, Antonio Calce, kam der Fetisch der Marke wieder zu seinem Recht: «*Mit einer solchen Perle in der Hand hat man nur eines zu tun, und dies zwingend: sie zur Geltung zu bringen. Als ich 2005 anfang, war die Golden Bridge so gut wie verschwunden. Mit Vaucher Manufacture hatte man einen ersten neuen Anlauf gemacht und lieferte 200 Stück pro Jahr. Das waren die Anfänge einer neuen Generation dieses stupenden linearen Uhrwerks.*»

Die Devise. Inzwischen hatten sich die Anforderungen mit der Praxis der neuen russischen oder asiatischen Kunden verändert, die kompliziertesten, kostspieligsten und empfindlichsten Uhren auch wirklich am Handgelenk zu tragen. Das Baguettewerk ist nämlich trotz seiner scheinbaren Schlichtheit ein komplizierter Mechanismus. Doch für den Tresor konnte man nicht mehr produzieren, sondern die Produkte mussten den Härten des Alltags gewachsen sein. Zuverlässigkeit ist zur Devise der verantwortungsbewussten Uhrmacher geworden. Und sie verlangt eine Aufmerksamkeit und Bescheidenheit, die in der Branche unter dem Druck der Nachfrage nicht immer uneingeschränkt galt. Corum jedoch war sich nicht zu



schade, Uhren, die noch an Kinderkrankheiten litten, zurückzurufen.

Der Aufschwung des legendären Baguettewerks spiegelt sich in einer neuen Vielfalt: Zum dreissig-jährigen Geburtstag bekam es ein Tourbillon, neu gibt es die Uhr mit einem zwangsläufig linearen Automatikaufzug. Das Prinzip der linearen Schwungmasse, die wie ein Schlitten auf und ab fährt, war bekannt, galt aber als problematisch. Doch die Konstrukteure liessen sich davon keine grauen Haare wachsen, sondern haben die Herausforderung angenommen und gemeistert. Eine andere zeitgemässe Variante des linearen Werks findet sich in der Kollektion T-Bridge der Marke, die in der Horizontalen und mit neuen Materialien dasselbe umsetzt, was die Golden Bridge in der Vertikalen leistet.

Das Produktionsvolumen ist in die Höhe geschneit, und die Geschichte wiederholt sich: 1980 zwang die Lancierung der Golden Bridge Corum dazu, etliche Produktionsstufen zu integrieren. Auch heute spiegelt sich der Aufschwung darin, dass zwischenzeitlich ausgelagerte Prozesse wieder hausintern stattfinden.

Die Zukunft des Baguettewerks scheint zur Freude all seiner Liebhaber gesichert. Wäre das nicht Grund genug für andere Uhrenkreatoren, Mut zu schöpfen und sich davon beflügeln zu lassen? ●



Zwei moderne lineare Kaliber: das Werk der Kollektion Ti-Bridge (Seite 42) und das Automatikkaliber der aktuellen Golden Bridge, natürlich im Goldgehäuse, mit Schwungmasse aus Platin und einer Gangreserve von 40 Stunden.

44 CHRONOMETRIE

Qualitätslabels: Aufräumen mit dem **Mythos**



Alan Downing

Obschon das Label «*Swiss Made*» für sich noch nichts über die Qualität der Uhr aussagt, die es trägt, wird niemand verneinen, dass eine Schweizer Uhr präzise, robust, gut gefertigt und so schön ist, dass sie Begehrlichkeiten wecken kann. Immerhin brüstet sich jede Marke einstimmig mit solchen Attributen ihrer Produkte. Im unwahrscheinlichen Zweifelsfall unterstützt die Schweizer Uhrenindustrie zusammen mit verschiedenen Kantonen vier unterschiedliche Institutionen, welche die Genauigkeit, Robustheit und Schönheit der Uhren offiziell zertifizieren können: die Chronometer-Zertifizierungs-Stelle COSC, das Genfer Timelab, welches das Genfer Siegel verleiht, der Chronofiable-Zuverlässigkeitstest sowie die Fondation Qualité Fleurier, ein Konkurrenzlabel zum Genfer Siegel.

Ein Genfer AOC. Das Genfer Siegel als ältestes Qualitätslabel mit Gründungsjahr 1886 ist auch das einzige, das an eine geographische Region gebunden ist. Damit wurde es zu einer Art AOC für Uhren aus der Region Genf, die unter höchsten Qualitätsstandards gefertigt wurden. Zu jener Zeit galt laut dem «*Wörterbuch der Gemeinplätze*» des

französischen Schriftstellers Gustave Flaubert, dass eine Uhr nur dann gut sei, wenn sie aus Genf komme. Die Republik hatte deshalb ein Markenimage gegen Nachahmer von auswärts zu schützen, insbesondere aus Neuenburg, dem Vallée de Joux, oder sogar aus den USA, die ihre Produkte gerne aufwerteten, indem sie einfach «*Genf*» aufs Zifferblatt oder das Werk prägten.

Obschon ursprünglich als protektionistische Massnahme gedacht, suchten nur wenige Marken Zuflucht beim Genfer Siegel. Denn, wenn man einmal drin ist, ist es nicht einfach, wieder davon weg zu kommen, besonders, wenn man die Zertifizierung zum Hauptargument des Marketings macht. Um dem Ruf vorzubeugen, zwei Klassen von Produkten zu produzieren, blieb nichts anderes übrig, als die gesamte Produktion stempeln zu lassen. Patek Philippe blieb so ähnlich ans Genfer Siegel gekettet, wie Rolex und Breitling an COSC. Das Genfer Siegel, das 1891, 1931 und 1955 aktualisiert wurde, überlebte sogar die Ära der hermetisch verschlossenen Armbanduhren, deren Werke nur Uhrmacher je zu Gesicht bekamen. Der transparente Sichtboden der achtziger Jahre ermöglichte dem Siegel, sich vom Quarzschock zu

CHRONOMETRIE

Dreifache Zertifizierung für eine Uhr von Chopard: COSC, Fleurier-Label und Genfer Siegel



erholen. Zu seinem 125. Geburtstag im November 2011 wurde das Genfer Siegel unter der Ägide des durch das kantonale Parlament ins Leben gerufene Timelab, das Genfer Labor für Uhrmacherei und Mikroengineering, verjüngt. Dies, obwohl der wichtigste Kunde, Patek Philippe, sich vom Siegel verabschiedet hatte.

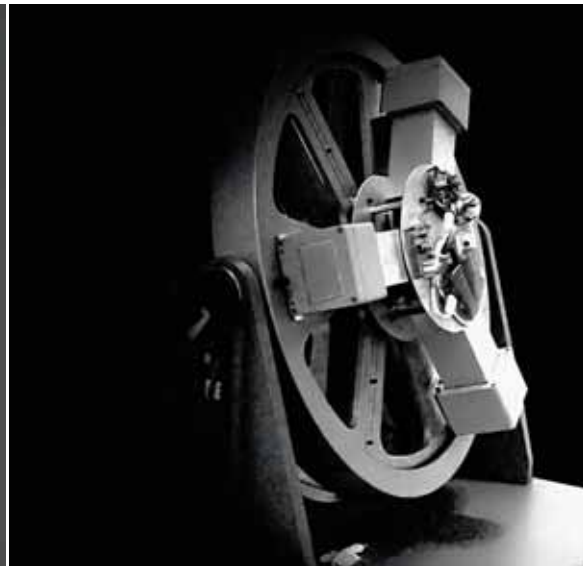
Das neue Genfer Siegel hält sich grösstenteils an die zwölf Kriterien der alten Reglementierung, welche sich auf das Uhrwerk beziehen. Doch nun wird auch die Wasserdichtigkeit des Gehäuses sowie die Genauigkeit und Gangreserve der eingeschalteten Uhr zertifiziert. Die Ganggenauigkeit wird bestimmt, indem die Uhr während sieben Tagen in einer Maschine getestet wird, welche während vierzehn Stunden die Bewegungen eines Trägers simuliert, um dann während zehn Stunden in zufälligen Positionen zu stoppen. Am Ende der sieben Tage darf die von der Uhr angezeigte Zeit nicht mehr als eine Minute von der Referenzzeit abweichen. Dies bedeutet eine Abkehr von der herkömmlichen Methode, die Zeit alle 24 Stunden zu überprüfen. Timelab stellt auch COSC-Zertifikate aus, in denen die Uhrwerke im herkömmlichen Sinn bewertet werden.

Pioniere des wirklichkeitsnahen Tests. Fleurier zeichnet sich durch eine spezielle Rivalität zu Genf aus, nicht nur, weil es sich im Kanton Neuenburg befindet, sondern auch, weil hier einst üppig dekorierte und emaillierte Uhren für den fernen Osten gefertigt wurden. Das Val-de-Travers ist die Heimat von Bovet und Parmigiani; Chopard hat ebenso eine Fabrikation hier wie die Manufaktur Vaucher. Im Jahr 2001 gründeten diese vier Firmen die Zertifizierung «Fondation Qualité Fleurier» (FQF), einen strengen Test für Chronometrie und Herstellungsgüte, wozu eigens ein Testapparat namens «Fleuritest» entwickelt wurde.

Um in Fleurier getestet zu werden, müssen zunächst Probeuhren in Form zerlegter Kits für eine Untersuchung von Verarbeitung und Dekoration aller Werksflächen zur Verfügung gestellt werden. Die Kriterien sind ähnlich wie diejenigen des Genfer Siegels – polierte Kanten und Bohrungen, flache Schraubenköpfe, keinerlei unter Vergrößerung sichtbare Bearbeitungsspuren. Spezielle Werkstoffe wie Saphir und Keramik sind zugelassen, aber keine Kunststoffe.

Was die Fleurier Zertifizierung unterscheidet, ist der Zuverlässigkeitstest auf einem speziell dafür gebauten

CHRONOMETRIE



Die unerbittliche Fleuritest-Maschine simuliert ein ganzes alltägliches Bewegungsprofil während 24 Stunden.

Roboter, der täglichen Gebrauch simuliert – ein Novum. Die Fleuritest Maschine, vergleichbar mit einem riesigen zweiachs-Tourbillon, das verrückt spielt, lässt die komplette Uhr über 20 verschiedene Aktivitäten, wie etwa sich ankleiden, Autofahren, Büroarbeit, Training, Essen, angeregte Unterhaltung sowie Schlaf über sich ergehen, dies alles in zehn Phasen und innerhalb 24 Stunden. Der Gang der Uhr muss sich innerhalb von 0 bis +5 Sekunden Abweichung pro Tag bewegen – enger als die COSC Toleranzen. Die Analyse stundenlanger Videosequenzen menschlicher Aktivitäten floss in die Programmierung des Roboters. Das Programm lässt sich für unterschiedliche Arten von Uhren, wie komplizierte Uhren, Sportuhren oder Uhren für bestimmte Märkte konfigurieren.

Wie beim Genfer Siegel führen die Fleurier Tester beim Hersteller Stichproben durch, um sicher zu stellen, dass die Serien den Probeuhren entsprechen.

Fleurier definiert Haute Horlogerie. Ungeachtet der kantonalen und kommunalen Unterstützung, der Zustimmung seitens der Fédération Horlogère Suisse und der Beteiligung einer diskreten Stiftung wurde das Fleurier Qualitätssiegel mit Skepsis

aufgenommen. Kritiker monierten, es gäbe bereits genügend unabhängige Qualitätszertifikate – das COSC für Präzision, Chronofiable für Zuverlässigkeit und das Genfer Siegel für die feine Verarbeitung, und nicht zu vergessen: *Swiss Made*.

Nichtsdestotrotz startete die Fondation Qualité Fleurier 2004, indem sie die Kriterien aller drei bestehenden Tests in sich vereinte. Nur Uhren, die bereits COSC-zertifiziert sind und den Chronofiable Test bestanden haben, können für den Fleurier Test angemeldet werden. Sie brauchen keine kantonale Herkunftsbezeichnung, müssen nicht einmal «*Swiss Made*» sein, obschon Uhren aus Amerika, Japan und China ausgeschlossen sind. Die Fleurier Zertifizierung bleibt dennoch auf die vier Gründerfirmen beschränkt und wird weiter auf limitierte Serien eingegrenzt. Ein möglicher Grund für die mangelnde Unterstützung durch andere Uhrenmarken mag darin liegen, dass die FQF eine Art Zertifizierung der Definition von «Haute Horlogerie» darstellt, was deren Boykott durch die Richemont-Marken und alle, die am SIHH ausstellen, beinahe garantiert, die ihre eigene Definition von Haute Horlogerie haben. Andere potentielle Kunden lassen sich womöglich durch die hohen

CHRONOMETRIE

Kosten abschrecken: die Mitgliedschaft kostet jährlich 10 000 Franken, jede getestete Uhr schlägt mit 45 Franken zu Buche.

Einige andere Marken testen ihre Uhren dennoch gegen eine Gebühr auf der Fleuritest Maschine, verzichten jedoch auf die Zertifizierung. Chopard's Teilnehmer an den Chronometrie-Wettbewerben des Musée des Monts wurden zuerst auf dieser Maschine getestet.

Eine andere Art Qualität. Die QF-Zertifizierung stützt sich auf die erfolgreich absolvierten Tests durch COSC und Chronofiable. Die Chronofiable Homologisierung ist die grundlegendste und Basis für alle in der Schweiz in grösseren Stückzahlen produzierten Uhren. Der von den Laboratoires Dubois in La Chaux-de-Fonds durchgeführte Test beschleunigt den Alterungsprozess einer Uhr um den Faktor 8 und simuliert sechs Monate ständiges Tragen der Uhr in drei Wochen. Ein Lot von zwischen fünf und zwanzig Uhren, je nach Grösse der Serie, wird mit Erschütterungen, Chemikalien, Magnetismus, Druck sowie wiederholter Betätigung von Krone und anderer Bedienelemente gepiesackt.

Das 1973 gegründete Institut COSC generierte als Monopolist für Chronometerzertifikate einen Mehrwert für die, verglichen mit Quarz, relativ ungenaue mechanische Uhr (wenige Zertifikate wurden damals noch in Besançon und Glashütte ausgestellt). Seine drei Laboratorien in Biel, Genf und Le Locle testen jährlich etwa 1,2 Millionen mechanische Uhren, ohne dabei eine einzige Uhr wirklich zu testen. Stattdessen werden nackte Uhrwerke ohne Gehäuse getestet, eingeschalt in Kunststoffbehälter und mit standardisierten Zeigern und Zifferblatt versehen. In einem automatisierten Prozess nehmen Kameras alle 24 Stunden die auf dem Zifferblatt angezeigte Zeit auf. Ihr Gang wird mit demjenigen zweier Atomuhren verglichen, die via GPS miteinander synchronisiert sind.

COSC untersucht Werke nach Kriterien, die im 19. Jahrhundert für Taschenuhren festgelegt wurden, in verschiedenen statischen Positionen während 24 Stunden und bei drei unterschiedlichen Temperaturen während 15 Tagen. Rund 95% der getesteten Werke erhalten ihr Zertifikat, und beinahe alle davon sind Grossserienwerke mit einer

Unruhfrequenz von 28800 a/h. Obschon man darüber diskutieren könnte, ob das Wort «Chronometer» heute auf eine mechanische Armbanduhr zutrifft, bedeutet das COSC-Zertifikat immerhin, dass das Räderwerk rund läuft, das Werk korrekt geölt und die Unruh von guter Qualität ist. Das Chronometer-Zertifikat bedeutet jedoch nicht, dass das Werk nach seinem zertifizierten Standard laufen wird, wenn es einmal, mit seinem automatischen Aufzug versehen, eingeschalt ist und am Arm tickt.

Was bedeutet das alles für den Käufer? Nicht wirklich viel, da die Testresultate und Chronometerzertifikate sich im Besitz der Firmen befinden, die sie selten zur Uhr mitgeben. Die erreichten Standards entsprechen somit eher minimalen Anforderungen, als dem maximal Erreichbaren. Als umfassendste Zertifizierung erscheint das Siegel von Fleurier, das jedoch auf wenige Marken beschränkt ist. Ähnliches gilt für das Genfer Siegel, das sich auf Uhren aus dem Kanton beschränkt. Beide Siegel belohnen aufwendige handwerkliche Dekorationen, wodurch sie weiter auf teure Edeluhen beschränkt werden. Ihre objektivste Eigenschaft sind die realitätsbezogenen Gangtests, obschon in limitiertem Umfang. COSC ist das Gegenteil: es kümmert sich nicht um anglierte Kanten und Genfer Streifen, sondern setzt einen guten Standard für industriell produzierte Uhrwerke. Aber es bleibt für den Konsumenten unvollständig; weder die Testmethode noch das Wort «Chronometer» sind für die moderne mechanische Armbanduhr wirklich relevant.

Die Qualitätstests sind hingegen für die Marken von Wichtigkeit. Chronofiable ist unverzichtbar, COSC stellt eine relativ günstige Prüfstation dar, deren Genfer Labor beinahe ausschliesslich für Rolex arbeitet, die ohnehin bereits bei der Marke auf Herz und Nieren geprüft werden, um die Durchfallquote niedrig zu halten. Weniger bedeutend sind die Siegel von Fleurier und Genf, zu deren Kunden die kapriziösen Luxusmarken gehören, von denen viele so erhaben sind, dass sie es nicht nötig haben, ihren Wert zu beweisen. Ganz nebenbei: Haute Horlogerie ist vielmehr ein emotionales als ein technisches Konzept. Eine zu enge Definition riskiert, den Mythos zu begraben. ●